



Jord- och skogsbruks-
ministeriet

NÄRMATSPROGRAMMET OCH MÅLEN FÖR
UTVECKLING AV NÄRMATSSEKTORN TILL 2025

Naturligtvis närmät!

Naturligtvis närmät!

Närmatsprogrammet och målen för
utveckling av närmatssektorn till 2025

Julkaisujen jakelu

Distribution av publikationer

**Valtioneuvoston
julkaisuarkisto Valto**

Publikations-
arkivet Valto

julkaisut.valtioneuvosto.fi

Julkaisumyynti

Beställningar av publikationer

**Valtioneuvoston
verkkokirjakauppa**

Statsrådets
nätbokhandel

vnjulkaisumyynti.fi

Jord- och skogsbruksministeriet

© 2021 författare och jord- och skogsbruksministeriet

ISBN pdf: 978-952-366-199-8

ISSN pdf: 1797-397X

Layout: Statsrådets förvaltningsenhet, publikationsverksamheten

Helsingfors 2021

Naturligtvis närmät!**När matsprogrammet och målen för utveckling av när matssektorn till 2025****Jord- och skogsbruksministeriets publikationer 2021:9****Utgivare** Jord- och skogsbruksministeriet**Författare****Redigerare****Utarbetad av****Språk** svenska**Sidantal**

44

Referat

Grunden till när matsprogrammet är 2011 års regeringsprogram, där livsmedelssektorn identifieras som en framtida tillväxtbransch. I regeringsprogrammet föreslås att program för den ekologiska branschen och för närproducerad mat ska utarbetas. Dessa godkändes som statsrådets principbeslut den 16 maj 2013. När matsprogrammet utvärderades av externa aktörer åren 2015 och 2018, och i synnerhet de förslag som lades fram i den senare utvärderingen har beaktats i detta uppdaterade program.

Målen för utveckling av när matssektorn fram till år 2025 är: göra produktionen av närmät mångsidigare och öka den så att den möter efterfrågan, möjliggöra nya försäljnings- och distributionskanaler samt höja när matens förädlingsgrad, förbättra möjligheterna till småskalig livsmedelsförädling och försäljning genom lagstiftning, rådgivning och forskning, öka när matens andel av den offentliga upphandlingen genom att förbättra upphandlingskompetensen och höja kvalitetskriterierna och upphandlingskraven, intensifiera samarbetet mellan dem som arbetar inom när matssektorn och höja uppskattningen av maten och aktörerna inom matkedjan och öka deras synlighet.

Att uppnå målen i programmet kräver åtgärder och samarbete i hela när matssektorn.

Nyckelord

närproducerad mat, mat, livsmedelsbranschen, livsmedelskedjor

ISBN PDF 978-952-366-199-8**ISBN tryckt**
Ärendenummer**ISSN PDF** 1797-397X**ISSN tryckt**
Projektnummer**URN-adress** <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-366-199-8>

Lähiuokaa – totta kai!

Lähiuokaohjelma ja lähiuokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2025

Maa- ja metsätalousministeriön julkaisuja 2021:9

Julkaisija Maa- ja metsätalousministeriö

Tekijä/t

Toimittaja/t

Yhteisötekijä

Kieli

ruotsi

Sivumäärä

44

Tiivistelmä

Lähiuokaohjelman perustana on vuoden 2011 hallitusohjelma, jossa ruokasektori tunnistettiin maamme tulevaisuuden kasvualaksi. Kyseisessä ohjelmassa ehdotettiin lähiuoka- ja luomuhjelmien laatimista. Ne hyväksyttiin valtioneuvoston periaatepäätöksinä 16.5.2013. Lähiuokaohjelmasta tehtiin ulkopuoliset arvioinnit vuosina 2015 ja 2018, joista erityisesti jälkimmäisen ehdotukset on otettu päivitetystä ohjelmasta huomioon.

Ohjelman tavoitteena on monipuolistaa lähiuuan tuotantoa ja lisätä sitä kysyntää vastaavaksi, mahdollistaa uusien myynti- ja jakelukanavien kehittymistä sekä nostaa lähiuuan jalostusastetta, parantaa pienimuotoisen elintarvikejalostuksen ja myynnin mahdollisuuksia lainsäädännön, neuvonnan ja tutkimuksen keinoin, kasvattaa lähiuuan osuutta julkisista hankinnoista parantamalla hankintaosaamista, laadullisia kriteereitä ja hankintavaatimuksia, tiivistää lähiuokasektorilla toimivien yhteistyötä ja lisätä ruuan ja ruokaketjun toimijoiden arvostusta ja näkyvyyttä.

Ohjelman tavoitteiden toteuttaminen vaatii koko lähiuokasektorin toimenpiteitä ja yhteistyötä.

Asiasanat

lähiuoka, ruoka, elintarvikeala, elintarvikeketjut

ISBN PDF

978-952-366-199-8

ISBN painettu

Asianumero

ISSN PDF

1797-397X

ISSN painettu

Hankenumero

Julkaisun osoite

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-366-199-8>

Local food – but of course!

The Local Food Programme and local food sector development objectives for 2025

Publications of the Ministry of Agriculture and Forestry 2021:9**Publisher** Ministry of Agriculture and Forestry

Authors**Editor****Group Author****Language** Swedish**Pages** 44

Abstract

The Local Food Programme is based on the Government Programme of 2011, which identified the food industry as a future growth sector in our country and proposed that programmes be prepared for local and organic food. These programmes were adopted as government resolutions on 16 May 2013. External evaluations of the Local Food Programme were carried out in 2015 and 2018. The updated programme addresses the proposals issued following the most recent evaluation, in particular.

Objectives of the Programme are: to diversify local food production and to increase it to meet the demand, to enable the development of new sales and distribution channels, and to increase the degree of processing of local foods, to improve opportunities for small-scale food processing and sales through legislation, advice and research, to increase the share of local foods in public procurement by improving procurement competence, qualitative criteria and procurement requirements, to intensify cooperation between actors in the local food sector and to increase the appreciation and visibility of food and food chain actors.

In order for the programme objectives to be attained, measures and collaboration of the entire local food sector will be called for.

Keywords local food, food, food sector, food supply chains

ISBN PDF 978-952-366-199-8**ISBN printed****Reference number****ISSN PDF** 1797-397X**ISSN printed****Project number**

URN address <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-366-199-8>

Innehåll

Förord.....	7
1 Sammanfattning.....	8
2 Beskrivning av verksamhetsmiljön	12
3 Vad är närmät?	16
4 Varför närmät?	17
5 Vision.....	20
6 Mål	21
7 Programmets karaktär	22
8 Målsättningar och centrala åtgärder i programmet.....	23
9 Finansiering av programmet	37
10 Uppföljning av programmet och indikatorer	38
11 Bedömning av programmets jämställdhets- och miljökonsekvenser	39
12 Organisering av programmet	40
13 Information om programmet	41
14 Programmet som en del av övriga åtgärder och policyn inom förvaltningsområdena	42
15 Uppdateringen av programmet.....	43
Bilaga 1: Beredningsprocessen bakom det program som godkändes år 2013	44

FÖRORD

Närmat har redan i många år varit en global trend. Den har blivit allt starkare och närmaten har börjat uppta en allt större del av konsumenternas matkorg även här i Finland. Närmat erbjuds i allt större sortiment, och försäljningskanalerna har blivit allt mångsidigare. Detta visar att matkedjan håller på att omvandlas till ett genuint matsystem, där mat som producerats på ett konsumentcentrerat sätt transporteras från jord till bord längs många rutter. Det undantagstillstånd som coronapandemin lett till har stärkt efterfrågan på både inhemsk mat och närmat, och jag är övertygad om att denna förändring är bestående.

Mat förväntas nuförtiden uppfylla många olika kriterier. Förutom att priset ska vara rätt ska maten också ge upplevelser och överensstämma med vars och ens värderingar. Människorna vill veta varifrån maten kommer, de vill att mat tillverkarna ska ha ett ansikte, de vill ha färska råvaror som behandlats så lite som möjligt och de förväntar sig att maten ska ge upplevelser och berättelser samt framför allt att den ska vara äkta och smaka gott. Närmat är ett svar på flera stora konsumenttrender, såsom hållbarhet, spårbarhet, äkthet, etik och relevans.

Undersökningar visar att det största motivet till att köpa närmat är viljan att stöda lokala producenter och företagare. Konsumenterna vill också veta vem som har producerat maten och hur den har producerats.

Grunden till närmatsprogrammet är 2011 års regeringsprogram, där livsmedelssektorn helt klart identifieras som en framtida tillväxtbransch. I regeringsprogrammet föreslås att program för den ekologiska branschen och för närproducerad mat ska utarbetas. Dessa godkändes som statsrådets principbeslut den 16 maj 2013. Närmatsprogrammet utvärderades av externa aktörer åren 2015 och 2018, och i synnerhet de utvecklingsförslag som lades fram i den senare utvärderingen har beaktats i detta uppdaterade program.

Närmatssektorn har utvecklats under den längre tid, och det systematiska arbetet börjar ge resultat. I dagens läge blir det allt lättare att köpa närmat via olika försäljningskanaler. Det är dock viktigt att arbetet med att utveckla närmatssektorn fortsätter, och det krävs också ett långsiktigt engagemang från statsmaktens sida.

Jari Leppä

jord- och skogsbruksminister

1 Sammanfattning

1.1 Vad är närmat?

I detta program avses med närmat i första hand lokal mat som främjar den lokala ekonomin, sysselsättningen och matkulturen i den egna regionen.¹ Maten är producerad och förädlad av råvaror från den egna regionen och den marknadsförs och konsumeras i den egna regionen.

Åtgärderna i detta program omfattar främst specialprodukter av små företag inom livsmedelsbranschen med den närliggande regionen som det största marknadsområdet, men som via olika kanaler också säljs på andra orter i Finland.

Närmat och lokal mat är framför allt förknippade med korta distributionskedjor. Korta distributionskedjor fastställs av ett mindre antal ekonomiska aktörer i kedjan, samarbete mellan aktörerna, lokal ekonomisk tillväxt samt geografiska och sociala förbindelser mellan producenterna och konsumenterna.

1.2 Vision

Närmat som produceras på ett konsumentinriktat och hållbart sätt uppskattas och används i hela matsystemet och bidrar till att stärka sysselsättningen och utveckla den lokala ekonomin och matkulturen.

1 Med den egna regionen avses i detta sammanhang ett landskap eller motsvarande eller mindre regionnivå.

1.3 Målen och målbilderna för utveckling av närmatsektorn fram till år 2025

1. Mål: göra produktionen av närmat mångsidigare och öka den så att den möter efterfrågan, möjliggöra nya försäljnings- och distributionskanaler samt höja närmatens förädlingsgradTavoitetila 2025

Målbild 2025

- Förädlingsgraden på närmatprodukter är högre, och sortimentet är mångsidigt och motsvarar de olika kundgruppernas behov.
- Närmatprodukterna är lättillgängliga för konsumenterna. Det finns flera försäljningskanaler för närmatprodukter, och producenterna och förädlarna kan bland dessa hitta de som är lämpligast och lönsammast för dem.
- Logistiken för små partier är avancerad och möjliggör en lönsam och hållbar affärsverksamhet. Närmatföretagens har ett fungerande samarbete med detaljhandeln och food service-grossisterna.
- Närmat utgör en del av en högklassig turismprodukt, erbjuder mervärde och lönsamhet för aktörerna inom livsmedels- och turismsektorn i landskapen och ökar Finlands attraktivitet som resmål.
- Produktionen av närmat är ett viktigt led i arbetet med att säkra den nationella självförsörjningen och försörjningssäkerheten.

2. Mål: förbättra möjligheterna till småskalig livsmedelsförädling och försäljning genom lagstiftning, rådgivning och forskning

Målbild 2025

- Kompetensnivån har stigit på alla nivåer av närmatkedjan, och det finns ett stort utbud av experttjänster.
- Företagarnas affärskunnande har stärkts och de tror på framtiden och investerar i kapacitet för vidareförädling och söker aktivt efter nya lösningar.
- All lagstiftning som gäller företagen är entydig och stöder en helhetsinriktad utveckling av företagsverksamheten.

3. Mål: öka närmatens andel av den offentliga upphandlingen genom att förbättra upphandlingskompetensen och höja kvalitetskriterierna och upphandlingskraven

Målbild 2025

- Tillgången till närmat har blivit bättre och närmaten utgör en naturlig del av de offentliga mattjänsterna. Närmaten har beaktats i kommunernas upphandlingsstrategier och avtal om mattjänster, och den används och uppskattas i alla kommuner i Finland.
- Kriterierna i anbudstävlingar beaktar förutom näringsmässiga egenskaper och övrig kvalitet även miljön och en hållbar konsumtion, säsongprodukter och färskhet.
- I upphandlingen av närmat har nya upphandlingsmetoder tagits i bruk i omfattande skala, bl.a. ett dynamiskt upphandlingssystem och innovativt upphandlingssamarbete. Upphandlingarna delas in i ändamålsenliga helheter, vilket också gör det möjligt för mindre företag att delta. Mattjänsternas och upphandlingsexperternas marknadskännedom har förbättrats, och man för en aktiv dialog på marknaden för att utveckla upphandlingarna.

4. Mål: intensifiera samarbetet mellan dem som arbetar inom närmatsektorn

Målbild 2025

- De nationella riktlinjerna visar riktningen för närmatkedjan och tryggar tillväxten.
- Utvecklingsarbetet är effektivt och görs i genuint samarbete med de olika aktörerna i närmatkedjan

5. Mål: höja uppskattningen av maten och aktörerna inom matkedjan och öka deras synlighet

Målbild 2025

- Uppskattningen av närmat och dess tillverkare ökar bland konsumenterna.

- Mat- och näringsfostran genom hela förskolepedagogiken och skolsystemet ger barnen en grund för matval som följer med hela livet.

1.4 Programmets karaktär

Programmet är ett styrmedel som stöder målen för regeringens livsmedelspolitik. Programmet innehåller mål för främjande av närmat fram till 2025, för den regeringsperiod som sträcker sig fram till 2023 och för EU:s nya finansieringsperiod som sträcker sig fram till 2027.

De åtgärder som nämns i programmet genomförs som ett led i de behöriga ministeriernas, centrala ämbetsverkens och statens region- och lokalförvaltnings verksamhet. I egen-skap av ett program på statsrådsnivå ska det genomföras med tillgängliga medel, men dess mål och riktlinjer skapar en grund för och mervärde till samtliga aktörers utvecklings-arbete i närmatskedjan. Att uppnå målen i programmet kräver åtgärder och samarbete i hela närmatssektorn.



2 Beskrivning av verksamhetsmiljön

Grunden till livsmedelsbranschens tillväxt ligger bland annat i Finlands naturliga styrkor, såsom rika vattentillgångar och ren mark och luft, som ger rena råvaror för livsmedel. Även klimatförändringen och den ökande bristen på vatten i världen kan stärka Finlands ställning som matproducent. I de olika delarna av livsmedelskedjan finns det bra och yrkeskunnig arbetskraft, heltäckande övervakningssystem samt industri som satsar på produktutveckling och som utvecklar nya och innovativa produkter på ett konsumentinriktat sätt. Livsmedelsindustrin är för närvarande den fjärde största industrisektorn i Finland och dess omsättning uppgick år 2019 till sammanlagt 11,2 miljarder euro².

Livsmedelsbranschen i Finland är tudelad. Det finns några stora industriföretag i livsmedelsbranschen vars produktion täcker största delen av produkterna och tjänsterna i branschen och vars produkter är tillgängliga för och kända av alla konsumenter. Samtidigt är 95 procent av alla närmare 3 000 företag inom livsmedelsbranschen i Finland små företag med färre än 50 anställda, och 71 procent av företagen sysselsätter högst 5 personer³. De mindre företagen inom livsmedelsbranschen är av naturen producenter av närmat, eftersom undersökningar visar⁴ att de skaffar sina huvudsakliga råvaror från landskapet där de är baserade och deras huvudprodukter marknadsförs i första hand i det egna landskapet. Majoriteten av närmatsföretagen är mikro- och småföretag, vars produkter i bästa fall är särpräglade och ger konsumenten mervärde på olika sätt. Typiskt för dessa företag är att priset inte styr handeln på närmatsmarknaden lika starkt som handeln på den nationella eller internationella livsmedelsmarknaden. Det finns gårdar och livsmedelsföretag av alla storlekar inom produktionen och förädlingen av närmat, och dessa kommer att behövas även i framtiden.

Den finska marknaden är liten och detaljhandeln därför mycket koncentrerad. De två största aktörerna inom dagligvaruhandeln stod år 2018 tillsammans för drygt 80 procent

2 Elintärkeä, monimuotoinen elintarvikeala. ANM Branschrappporter 2020:2.

3 <https://aitojamakuja.fi/aitoja-makuja-yritystilastoon-on-koottu-tuoreimmat-tiedot-suomen-ruokasektorista/>

4 Forsman, Sari (2004). How do small food-processing forms compete? A Resource-based approach to competitive strategies. Agricultural and Food Science in Finland, Vol. 12, Supplement No. 1, 2004. MTT Agrifood Research Finland. Helsingfors.; Hiekkataipale, Minna-Maaria (2004). Elintarvikealan pk-yritysten toimintaympäristö 2004. Savonia-ammattikorkeakoulun julkaisusarja D 8/2004. Kuopio. Mäki, Seija. Elintarvikealan pk-yritysten toimintaympäristö 2008. Savonia-ammattikorkeakoulun julkaisusarja D 9/2008. Kuopio.; Vaara Elina, Väisänen Karoliina, Tunkkari-Eskelinen Minna, Järvinen Suvi, Pölkki Leena. Elintarvikealan PK-yritysten toimintaympäristö 2020. Jord- och skogsbruksministeriet, Jyväskylä yrkeshögskola. 12.2020.

av marknaden och de tre största aktörerna för drygt 90 procent av marknaden. I en utredning som jord- och skogsbruksministeriet beställde som bakgrund till det närmatsprogram som godkändes år 2013⁵ uppskattades närmaten stå för cirka 8 procent av livsmedelsförsäljningen inom dagligvaruhandeln. På grund av brister i statistikföringen finns inga exakta siffror att tillgå, men handelsgrupperna har rapporterat att både köpen från närmatföretagare och närmatens andel har ökat⁶. Handelsföretagen har betraktat närmatens värde ur perspektivet för sina sortiment och deras attraktivitet och stött närmatsrenden i sitt sortimentsarbete, genom kampanjer, marknadsföringssamarbete och utbildning av små varuleverantörer samt genom att ta fram verksamhetskoncept som möjliggör försäljning av små företags produkter via handelskanalerna.

Samtidigt får konsumenterna via åtskilliga butiker som säljer närmät, matandelslag, andelsjordbruk, internetbaserade beställningssystem och olika direktförsäljningslösningar tillgång till bra sortiment och mervärde i sina vardagliga val. Våra viktigaste primärproduktionsprodukter, spannmål, grönsaker och rotsaker, mjölk, frukt och skogsbär, kött och fisk, är råvaror med ett strålende näringsvärde då de är rätt hopsatta. Utredningen⁷ visar att dessa produktgrupper hör till de närmatsprodukter som köps mest. Enligt undersökningen i Finland äter⁸ köps närmät oftast i vanliga matbutiker (96 % av respondenterna), på torg (77 %) och direkt från gårdar/tillverkare (51 %). Trots att ganska få tills vidare handlar närmät via REKO-ringar (13 %), har deras andel som köpkanal för närmät fördubblats under 4 år.

En stor del av finländarnas måltider tillreds i storkök. Den offentliga sektorn (staten, kommunerna, försvarsmakten, samkommunerna) använder årligen omkring 350 miljoner euro för att köpa mat och råvaror⁹. I en utredning som jord- och skogsbruksministeriet beställde som bakgrund till det närmatsprogram som godkändes år 2013¹⁰ uppskattades närmaten stå för cirka 10 procent av restaurangernas, caféernas och de offentliga institutionernas utbud. I de offentliga storköken har andelen upphandlad närmät hållits stabil mellan åren 2013–2019, och den är nu cirka 16 procent. Skillnaderna mellan olika landskap när det gäller andelen upphandlad närmät har däremot ökat och varierar nu mellan 1 och 47 procent. Andelen inhemsk mat har i sin tur ökat från cirka 78 procent år 2013 till cirka 83

5 Kurunmäki, Seija, Ikäheimo, Irma, Syväniemi, Anni-Mari och Rönni, Päivi (2012). Lähiruokaselvitys. Ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012–2015.

6 se t.ex. <https://www.pirkka.fi/artikkeli/oman-maan-ruokaa>; <https://yle.fi/uutiset/3-10988169>

7 Mäkipeska, Tuomas och Sihvonen, Mikko (2010). Lähiruoka, nyt! Sitras utredningar 29.

8 Undersökningen Finland äter / Taloustutkimus

9 https://mmm.fi/-/periaatepaatos-julkisten-elintarvike-ja-ruokapalveluhankintojen-vastuullisuudesta-hyvaksyttyin?languageId=sv_SE

10 Kurunmäki, Seija, Ikäheimo, Irma, Syväniemi, Anni-Mari och Rönni, Päivi (2012). Lähiruokaselvitys. Ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012–2015.

procent år 2019¹¹. Enligt en utredning som jord- och skogsbruksministeriet beställde år 2020¹² användes närmät dagligen i 29 procent av de offentliga storköken och i 36 procent av de privata storköken. Denna närmät bestod till största delen av potatis, rotfrukter, grönsaker och spannmålsprodukter. Användningen av dessa närmatsproduktgrupper förväntas dessutom öka, och detsamma gäller färsk eller fryst fisk.

En förutsättning för närmät är ett livskraftigt jordbruk. Vår primärproduktion är dock i en svår situation, då särskilt kött- och mjölksektorn drabbats av lönsamhetsproblem. Samtidigt var lönsamheten i regel något bättre i fråga om gårdar som bedriver direktförsäljning jämfört med vanliga gårdar. Lönsamhetskoefficienten var cirka 0,1 enheter och företagarkinkomsten cirka 5 000 euro högre hos dem som bedrev direktförsäljning jämfört med andra gårdar. Skillnaderna varierade per år och produktionsriktning¹³. År 2019 bedrev cirka 3 300 gårdar direktförsäljning. Antalet har ökat med cirka 300 gårdar på ett par år. Den största produktionsriktningen när det gäller direktförsäljning till konsumenter är fårkött, därefter kommer grönsaker, bär och rotfrukter samt potatis och ägg. Andelen inkomster från direktförsäljning av de totala försäljningsinkomsterna från jordbruk var lägre än 10 procent hos närmare hälften av gårdarna. Av djurgårdarna har direktförsäljningsinkomsterna störst betydelse för fårgårdarna. Omkring 800 gårdar bedrev vidareförädling av produkter år 2019¹⁴.

Även en del av närmatsföretagen stöter på lönsamhetsproblem, och till exempel en undersökning som Naturresursinstitutet har utfört¹⁵ visar att lönsamheten inom närmatsaffärsverksamheten som helhet i genomsnitt endast är på nöjaktig nivå. Lönsamheten ansågs dessutom variera stort mellan olika distributionskanaler¹⁶. Enligt SMF-branschbarometern finns det ändå inom livsmedelsbranschen en tro på bättre lönsamhet i framtiden¹⁷.

COVID 19-krisen, som drabbade Finland och hela världen utan förvarning, påverkade på många sätt även närmatsföretagen. Hos flera närmatsföretag som levererat produkter till storkök – i synnerhet inom den privata sektorn – kollapsade orderstocken så gott som över en natt. Det är svårt att hitta ersättande marknader bland annat på grund av att produktsortimenten eller förpackningsstorlekarna inte passar in i dagligvaruhandel.

11 Viitaharju Leena, Kujala Susanna, Hakala Outi och Trogen Ada. (2020). Lähiruoka puheissa ja teoissa – Julkiskeittöiden lähiruokan käytön muutos vuosien 2013 ja 2019 välillä. Helsingfors universitet, Ruralia-institutet. Rapporter 201.

12 https://mmm.fi/documents/1410837/1890227/22042_Ammattikeitti%C3%B6t_RAPORTTI_030420.pdf/3bd-33fa7-9415-0256-007b-9a2d3d467a35/22042_Ammattikeitti%C3%B6t_RAPORTTI_030420.pdf

13 <https://www.luke.fi/uutinen/suoramyynnista-apua-maatalouden-kannattavuuteen/>

14 <https://mmm.fi/kehittamisen-tyokaluja>

15 <https://jukuri.luke.fi/handle/10024/538946>

16 https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/229814/Helander_Anni_ProGradu.pdf?sequence=2&isAllowed=y

17 http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161909/Pk-toimialabarometri_Elintarvikkeiden_valmistus_syksy_2019.pdf

Konsumenternas köpbeteende inom dagligvaruhandeln var dessutom i början av undantagsförhållandena inriktat på billigare basprodukter på bekostnad av produkter med högre mervärde och pris. Samtidigt kunde gårdarnas direktförsäljning och REKO-verksamheten fortsätta, och exempelvis REKO-ringarna växte i fråga om både antalet producenter och antalet köpare. Näthandeln med mat ökade explosionsartat, och många närmatsföretag grundade egna webbutiker eller försökte få sina produkter in i webbutiker som drivs av andra aktörer. Gårdar med direktförsäljning var också attraktiva turistmål. Coronavirusepidemin har redan nu konstaterats påverka företagen i branschen både positivt och negativt¹⁸. De små och medelstora företagen i livsmedelsbranschen har betydligt högre förväntningar på de allmänna konjunkturutsikterna på kort sikt jämfört med hela landet och jämförelsebranscherna. Konjunkturförväntningarna inom branschen är dock svagare nu än vad de var för ett år sedan¹⁹. En coronavirusutredning bland livsmedelsföretagen som beställts av samordningsprojektet för matsektorn visar att få närmatsföretag hade utarbetat en beredskapsplan innan coronaviruspandemin bröt ut, och av de planer som utarbetats efter pandemins utbrott gäller endast en del beredskap inför enskilda störningsfaktorer²⁰.

Bild: Jord- och skogsbruksministeriet



18 Vaara Elina, Väisänen Karoliina, Tunkkari-Eskelinen Minna, Järvinen Suvi, Pölkki Leena. Elintarvikealan PK-yrittysten toimintaympäristö 2020. Jord- och skogsbruksministeriet, Jyväskylä yrkeshögskola. 12.2020.; Gaia. Elintarvikealan koronaselvitys. 2021

19 Elintärkeä, monimuotoinen elintarvikeala. ANM Branschrapporter 2020:2.

20 Gaia. Elintarvikealan koronaselvitys. 2021

3 Vad är närmat?

I detta program avses med närmat i första hand lokal mat som främjar den lokala ekonomin, sysselsättningen och matkulturen i den egna regionen. Maten är producerad och förädlad av råvaror från den egna regionen och den marknadsförs och konsumeras i den egna regionen.²¹

Åtgärderna i detta program omfattar främst specialprodukter av små företag inom livsmedelsbranschen med den närliggande regionen som det största marknadsområdet, men som via olika kanaler också säljs på andra orter i Finland.

Närmat och lokal mat är framför allt förknippade med korta distributionskedjor. Korta distributionskedjor fastställs av ett mindre antal ekonomiska aktörer i kedjan, samarbete mellan aktörerna, lokal ekonomisk tillväxt samt geografiska och sociala förbindelser mellan producenterna och konsumenterna.

Bild: Jord- och skogsbruksministeriet



21 Med den egna regionen avses i detta sammanhang ett landskap eller motsvarande eller mindre regionnivå.

4 Varför närmat?

Närmaten har stor betydelse för den egna regionens ekonomi: den ger arbetstillfällen och inkomstmöjligheter, ökar skatteinkomsterna i den egna regionen och gör regionen mer ekonomiskt oberoende. Närmat, och den växande efterfrågan på närmat, ger konsumenterna flera olika livsmedel att välja mellan, ger primärproduktionen ökad livskraft genom nya marknadsmöjligheter, skapar mervärde i handelns och storkökens sortiment och inom turismen, främjar företagsverksamhet i enlighet med hållbar utveckling, gör det möjligt att spåra maten, skapar ansvarstagande handlingssätt inom matproduktionen och ger produkterna ett ansikte. Via närmat är det möjligt att dels vidareutveckla den finländska, regionalt rika matkulturen och snabbt möta konsumenternas förändrade behov, dels förbättra möjligheterna att bevara ursprungsraser och -sorter och naturens biologiska mångfald. Närmaten erbjuder variation i smakupplevelsen. Dessutom förkortar närmaten livsmedelskedjan, vilket gör det lättare att spåra maten och kontrollera dess ursprung och märkningar, samtidigt som den bidrar till att motverka oegentligheter i livsmedelskedjan. Med andra ord har närmaten också egenskaper som stärker livsmedelssäkerheten.

Produktionen av närmat ökar det sociala kapitalet i och med det samarbete och förtroende som byggs upp mellan olika aktörer. Detta i sig ökar åtgången på närmat och marknadsföringsmöjligheterna²². Olika faktorer som de kunder som konsumerar närmat lyfter fram, såsom rättvis handel, växelverkan, gemenskap och förtroende, kan betraktas som närmatföretagens och närmatnätverkens sociala kapital, vilket större företag har svårt att uppnå²³.

Kring närmat kan man skapa hållbara regionala matsystem som går ut på att utnyttja regionala råvaror och produktionsinsatser, såsom energi. Ett regionalt hållbart matsystem respekterar och utvecklar den lokala matkulturen, främjar goda produktionssätt och strävar efter att minska svinn i varje del av matkedjan. Biflöden som uppstår i produktionen utnyttjas effektivt och återvinningen av näringsämnen står i centrum. I framtiden gäller det att satsa allt mer på att utveckla regionala ekosystem som bygger på närmat.

22 se t.ex. https://www.researchgate.net/profile/Michelle_Glowacki-Dut-ka/publication/275380486_Examining_social_capital_within_a_local_food_system/links/55bf4ac208aec0e5f44604ee.pdf; <https://ideas.repec.org/a/ags/phajad/199070.html>; <https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2018/07/Lyhyet-l%C3%A4heiset-ketjut-l%C3%A4hiruoka-ja-sosiaalinen-p%C3%A4%C3%A4oma-l%C3%A4hiSos-Loppuraportti.pdf>

23 <https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2018/07/Lyhyet-l%C3%A4heiset-ketjut-l%C3%A4hiruoka-ja-sosiaalinen-p%C3%A4%C3%A4oma-l%C3%A4hiSos-Loppuraportti.pdf>

Produktionen av närmat är viktig när det gäller att upprätthålla Finlands självförsörjningsgrad och den lokala försörjningsberedskapen. Finlands nationella försörjningsberedskap grundar sig till stor del på de stora livsmedelsföretagens produktion och på centraliserade distributionslösningar. Producenterna och närmatsföretagen i regionen spelar dock en betydande roll i störningssituationer, om logistiken av någon anledning inte fungerar tillräckligt effektivt eller om konsumenternas förtroende för exempelvis dagligvaruhandeln försvagas. Detta måste tas i beaktande bland annat som en del av försörjningsberedskapen i fråga om dagligvaror²⁴. För att försörjningsberedskapen ska upprätthållas på lokalt plan förutsätts dock att närmatsföretagens verksamhet är stabil och lönsam även under normala förhållanden.

Närmatstrenden har lett till att produkter som härrör från Finlands ursprungliga husdjursraser och odlingsväxter har börjat uppskattas på nytt. Växter och djur av lantras utgör en del av vårt levande kulturarv. De är av betydelse såväl när det gäller att främja naturens mångfald och bevara genetiskt viktigt material som med tanke på hur de kan utnyttjas ekonomiskt, för att inte tala om deras kulturhistoriska betydelse. Dessa produkter kan ge betydande mervärde till producenterna och även till sådana konsumenter som vill att råvarorna i maten ska ha speciella smakegenskaper och andra kvalitativa egenskaper. Utmaningen för produkter som förädlas av djur och växter av lantras är de små produktionsmängderna och det faktum att antalet förädlingsanstalter som lämpar sig för hantering av små partier har minskat. Närmatsföretag kan också göra det möjligt att på ett lönsamt sätt odla sällsynta växtslag och växtarter som odlas i små mängder samt att producera diversifierade kvalitetsprodukter, såsom kött från djur på ängar och betesmarker, vilket bygger på naturens biologiska mångfald.

Mångsidiga bär-, svamp- och örtarter i naturen erbjuder individuella möjligheter till såväl närmat, turismtjänster som marknaden för specialprodukter. Tillvaratagande och vidareförädling av naturprodukter bygger på landsbygdens naturliga styrkor. I näringsverksamhet som följer principerna för hållbar utveckling är naturprodukter en möjlighet, eftersom naturproduktsskördarna växer utan produktionsinsatser. Bakom konsumenternas intresse för naturprodukter ligger förutom miljötänkande även vetskapen om naturprodukternas hälsoeffekter. Många traditionella råvaror har konstaterats innehålla värdefulla egenskaper och blivit en källa till nya produkter, men de möjligheter som skogarna och den övriga naturen erbjuder utnyttjas fortfarande inte till fullo.

Rennäringen påverkar i hög grad livsmedels- och turistföretagens ekonomi inom vårt renskötselområde, men den är också en viktig del av Finlandsbilden. Det finns också förväntningar på en bättre tillgång till viltkött och mer omfattande användning av det till exempel i restauranger.

24 https://cdn.huoltovarmuuskus.fi/app/uploads/2017/05/31111231/Ruokapalvelut_opas.pdf

Närmatstrenden återspeglas även i konsumenternas växande intresse för fisk som är fångad eller odlad i närområdet. Tillgången till närfisk är dock otillräcklig för att tillfredsställa konsumenternas behov, vilket visar sig som höga konsumentpriser. I Finland finns det tillståndspolitiska och administrativa hinder för utvecklingen av fiskenäringen som gör det svårt för företagen att svara på konsumenternas efterfrågan på närfisk. För att tillgången till inhemska råvaror för fiskförädlingen och fiskhandeln ska kunna tryggas och hållas konkurrenskraftig måste yrkesfisket och vattenodlingsnäringen i Finland vara livskraftiga och lönsamma. Det finns också många fiskbestånd i Finland som inte utnyttjas till fullo och som systematiskt bör fiskas och erbjudas till konsumenterna i högre grad. Förädlingsgraden hos förädlade fiskprodukter, råvarornas kvalitet och logistiken för mindre partier behöver vidareutvecklas.

Närmat kan vara en sammanlänkande faktor mellan olika sektorer. Mat, kreativa branscher, upplevelseindustri, turism och välfärdstjänster stödjer bra varandra. Närmat kan också bidra till att förebygga marginalisering, om personer som hotar att bli marginaliserade kan engageras i småskalig produktion av närmat exempelvis via sociala företag och på så sätt komma in i arbetslivet.

Bild: Marianna Laitinen



5 Vision

Närmat som produceras på ett konsumentinriktat och hållbart sätt uppskattas och används i hela matsystemet och bidrar till att stärka sysselsättningen och utveckla den lokala ekonomin och matkulturen.

Bild: Jukka-Pekka Vartiainen



6 Mål

Målet med när matsprogrammet är att:

1. göra produktionen av när mat mångsidigare och öka den så att den möter efterfrågan, möjliggöra nya försäljnings- och distributionskanaler samt höja när matens förädlingsgrad,
2. förbättra möjligheterna till småskalig livsmedelsförädling och försäljning genom lagstiftning, rådgivning och forskning,
3. öka när matens andel av den offentliga upphandlingen genom att förbättra upphandlingskompetensen och höja kvalitetskriterierna och upphandlingskraven,
4. intensifiera samarbetet mellan aktörerna inom när matssektorn och
5. höja uppskattningen av maten och aktörerna inom matkedjan och öka deras synlighet.

7 Programmets karaktär

Programmet är ett styrmedel som stöder målen för regeringens livsmedelspolitik. Programmet innehåller mål för främjande av närmat fram till 2025, för den regeringsperiod som sträcker sig fram till 2023 och för EU:s nya finansieringsperiod som sträcker sig fram till 2027.

De åtgärder som nämns i programmet genomförs som ett led i de behöriga ministeriernas, centrala ämbetsverkens och statens region- och lokalförvaltnings verksamhet. I egen-skap av ett program på statsrådsnivå ska det genomföras med tillgängliga medel, men dess mål och riktlinjer skapar en grund för och mervärde till samtliga aktörers utvecklings-arbete i närmatkedjan. Att uppnå målen i programmet kräver åtgärder och samarbete i hela närmatsektorn.

Bild: Marianna Laitinen



8 Målsättningar och centrala åtgärder i programmet

Mål 1. Göra produktionen av närmät mångsidigare och öka den så att den möter efterfrågan, möjliggöra nya försäljnings- och distributionskanaler samt höja närmätens förädlingsgrad

Konsumenten gör i allmänhet sina vardagliga matinköp i nära belägna och lättillgängliga affärer. Den ökande efterfrågan på närmät syns inom detaljhandeln, som har insett vilket mervärde närmaten ger och tagit med den i sitt sortiment i enlighet med sina strategier. För att utöka andelen närmät i handelns utbud gäller det att dels stärka samarbetet med företagen och handeln, inklusive marknadsföringssamarbetet, och skapa nya handlingsmodeller, dels utnyttja dagens distributions- och marknadsföringsmekanismer.

Konsumenten stöter allt oftare på närmät också i storkökens utbud. Storköken köper omkring hälften av sina råvaror via food service-grossister, och den andra hälften direkt av producenterna, tillverkarna och importörerna. För många av närmatsföretagens produkter är en food service-grossist den effektivaste rutten till marknaden. Särskilt privata restauranger har identifierat en mervärdesfaktor i närmät, men även offentliga storkök börjar ha ett allt större utbud av närmät. Det råder dock alltså brist på förbehandlade och i högre grad förädlade produkter och råvaror som lämpar sig för storkök, och få närmatsföretagare vågar investera och skala upp sin produktion. Råvaruproducenterna, förädlarna, handeln, storköken, slutanvändarna och produktutvecklarna måste föra en intensivare dialog för att åstadkomma de exakt rätta produkterna som tillgodoser kundernas behov. Vid sidan av de centraliserade modellerna behöver man i framtiden också allt fler lokala lösningar för att lansera produkter. För att nå framgång ska ett närmatsföretag känna till kundernas behov av och förväntningar på olika produkter och deras förädlingsgrad, eftersom konsumenternas val i affären skapar det verkliga värdet för hela produktions- och förädlingskedjan. På samma sätt måste företagarna vara förtrogna med de krav som kundernas leveranskedjor ställer och kunna hantera affärsverksamhetens lagbundenheter.

När det gäller att utveckla livsmedelsbranschen talar man allt mer om korta distributionskedjor som utgör en del av närmatssektorn. Korta distributionskedjor ökar växelverkan mellan konsumenterna och producenterna. De skapar förtroendeförhållanden, ger konsumenterna en möjlighet att lättare ta reda på produkternas ursprung och säkerställer självförsörjningsgraden. Korta distributionskedjor gör det också möjligt att få ett sådant pris för produkterna som är rättvisare för producenterna och förädlarna. Det växande antalet

när matsaffärer samt webbutiker som drivs av gårdar och när matsföretag visar att det finns intresse och mod för nya och lönsamma försäljningskanaler i stil med de korta distributionskedjorna. Den finländska innovationen REKO-ringarna blev snabbt populära, och i dagens läge finns det nästan 200 REKO-ringar runtom i Finland²⁵. För att kunna svara på konsumenternas ökande efterfrågan på när mat behövs det dock fler butiker som samlar ihop produkter från när regionen och erbjuder specialprodukter från andra landskap och andra marknadsförings- och distributionslösningar, t.ex. direktförsäljning från gårdar, mobila försäljningsställen, matkretsar, regionala partiaffärer, näthandelslösningar, torg och andra försäljningsevenemang samt nya servicekoncept.

När mat produceras och konsumeras i regel i den egna regionen. Företag inom livsmedelsbranschen som producerar och förädlar när mat har även i bredare skala tillväxtpotentialer när det gäller specialprodukter som konsumenterna saknar och noggrant specialiserade nischprodukter. Landsomfattande och internationella distributionskanaler är viktiga för företagen. De uppmuntrar till expansion, produktutveckling och kompetensutveckling inom marknadsföring.

En av de största flaskhalsarna för när mat hänförs till transport och lagring av små partier. Kännetecknande för livsmedelslogistiken är bl.a. låg täckning för produkterna, exakta krav på temperaturreglering, kort hållbarhet i fråga om färskprodukter, särskilda leveransrytmer samt de ofta små volymerna och engångspartierna av när mat. De viktigaste frågorna blir framför allt hur de små flödena ska samlas ihop till en tillräckligt stor volym och en omfattande produktportfölj för olika köpargrupperns behov.

De logistiska utmaningarna är ett bra exempel på verksamhet som lyfter fram betydelsen av samarbete mellan aktörerna i livsmedelskedjan. Uttryckligen genom samarbete kan företagarna trygga ett tillräckligt omfattande produktsortiment för såväl affärerna som storköken och sköta transporter mer kostnadseffektivt. Det är av central vikt att i regionerna skapa företagsledda, fungerande och lönsamma distributionskedjor som också lämpar sig för distribution av små partier. Att uppnå tillräckliga produktvolym, leveranssäkerhet och mångsidiga sortiment kräver förutom samarbete ofta även en ny typ av nätverksliknande företagsverksamhet och möjligheter till exempelvis andelslagsbaserat entreprenörskap. När man utvecklar logistiska lösningar ska man också fästa vikt vid de möjligheter som de nuvarande strukturerna kan ge.

Ett av livsmedelskedjans viktigaste utvecklingsmål är konkurrenskraftig företagsverksamhet. Detta mål kan uppnås bl.a. genom ökad kompetens, samarbete och nätverksbildning mellan aktörerna såväl horisontalt som vertikalt, innovationer, bättre produktivitet och en

25 <https://www.facebook.com/notes/reko-l%C3%A4hiruokarengas/reko-l%C3%A4hiruokarengas/1083104988435841/>

mer diversifierad produktion. Även investeringar, högre förädlingsgrad, rätt kundsegment och bättre kostnadseffektivitet är faktorer som leder till större konkurrenskraft. Utöver företagens egna investeringar eftersträvas tillväxt bl.a. genom saminvesteringar i exempelvis försöksverksamhet eller arbetsprocesser, logistiska gränsytor eller arbetet med att åstadkomma nya kundgrupper. Finansieringen av dessa åtgärdshelheter styrs i synnerhet via programmet för utveckling av landsbygden och i framtiden via den därpå följande strategiplanen. Inom produktionen och förädlingen av närmat behövs både nya etablerande företag och företag som vill och kan skapa tillväxt. Det är också viktigt att man bygger upp tillräckligt starka nätverk av underleverantörer och andra samarbetsformer mellan företag av olika storlek i branschen.

Målet är att förbättra producenternas ställning i EU genom producent- och branschorganisationer. De kunde passa bra också för företag inom närmatskedjan. Via dem är det möjligt att bilda nätverk, skapa marknadskraft och tillräckliga leveransvolymmer. Aktörerna inom branschen bör med fördel utreda vilka möjligheter producent- och branschorganisationerna har och själva aktivt bidra till att öka organiseringsgraden.

En av de möjligheter som ligger i närmat är att nätverka med turistsektorn i den egna regionen och göra närmaten till en del av turistföretagens matutbud, eftersom högklassig och ansvarsfullt producerad mat alltid utgör en del av servicekedjan inom turismen. Matturismen, dvs. turism där huvudmotivet bakom resan är mat, och intresset för matupplevelser växer dessutom hela tiden både i Finland och globalt. Matturismen ger möjligheter att studera lokala levnadssätt, smaker och kulturer. Resmålen och regionerna bör betrakta lokal mat som en möjlighet att profilera den egna regionen och göra den mer känd, eller att stärka regionens varumärke. Att vidareutveckla matturismen till lönsam affärsverksamhet och till en produkt som verkligen attraherar turister och som är lätt att köpa och komma åt kräver samarbete, nya verktyg för nätverks- och distributionskanalerna och för produktifiering, serviceformer, produktrekommendationer och lönsamhetskalkyler samt effektivare marknadsföring.

En utmaning när det gäller vidareförädling är personalresurserna. Många närmatsföretag är små familjeföretag som inte har möjlighet att utvidga verksamheten utan extra personal. Det är dock en utmaning att anställa kompetent och engagerad personal, och för en mikroföretagare är det förknippat med stora risker. För att det ska vara möjligt behövs dels lättnader och incitament i lagstiftningen, dels uppmuntran och rådgivning samt olika tjänster som bygger på hyrd eller ersättande arbetskraft. Även aktörerna inom närmatssektorn berörs av förändringen inom åldersstrukturen, och under de närmaste åren blir det viktigt att det finns personer som vill ta över en lönsam företagsverksamhet. Ett närmatsföretags profil är ofta starkt förknippad med företagarpersonen och hans eller hennes historia, vilket medför ytterligare utmaningar när ett företag ska överföras. Därför bör ägar- och generationsväxlingar i företag planeras som en långsiktig utvecklingsprocess

där man använder sig av systematiska verksamhetsstyrningssystem samt rådgivnings- och finansieringstjänster som erbjuds bland annat via rådgivnings- och företagarorganisationer och NTM-centralerna. Samtidigt är en del företag, i synnerhet de som är bundna till en gård eller trädgård samt de som förädlar naturprodukter, beroende av utländsk säsongsarbetskraft. Staten måste i samarbete med aktörerna i branschen hitta olika metoder för att minska detta beroende och göra det lättare för utländska säsongsarbetare att komma in i landet och röra sig i landet, även i undantagsförhållanden.

Gårdscenter som upphört eller håller på att upphöra med sin verksamhet på landsbygderna utgör en möjlighet för växande närmatsföretag. Ett sätt att utöka utbudet av närmat är att utveckla verksamheten på dessa gårdar så att den kommer in på närmatsmarknaden eller att genom innovativa lösningar få nya företagare att ta över gårdarna. Det är dock svårt för dessa små närmatsföretagare att få stöd från stödsystemen för jordbruk, eftersom stöden i första hand riktar sig till storskalig råvaruproduktion. Det är viktigt att man i samband med jordbruksrelaterade politiska åtgärder bättre kan identifiera särdragen hos små gårdar som koncentrerar sig på närmatsmarknaden, och se de möjligheter till lönsam affärsverksamhet som finns även i dessa.

Runtom i världen blir olika modeller av andelsjordbruk (CSA) allt populärare, och det finns några större CSA-gårdar även i Finland. Andelsjordbruk är ett lokalt förankrat produktionsätt, där man delar på produktionsriskerna med konsumenterna till exempel genom att sälja skördeandelar före skördesäsongen och där konsumenterna deltar i planeringen av produktionen och ofta även i själva produktionen. Det finns möjligheter att utvidga andelsjordbruken, men det förutsätter att CSA-gårdarna bildar nationella och internationella nätverk, och det kräver också forskning och information.

Målbild 2025

- Förädlingsgraden på närmatsprodukter är högre, och sortimentet är mångsidigt och motsvarar de olika kundgruppernas behov.
- Närmatsprodukterna är lättillgängliga för konsumenterna. Det finns flera försäljningskanaler för närmatsprodukter, och producenterna och förädlarna kan bland dessa hitta de som är lämpligast och lönsammast för dem.
- Logistiken för små partier är avancerad och möjliggör en lönsam och hållbar affärsverksamhet. Närmatsföretagens har ett fungerande samarbete med detaljhandeln och food service-grossisterna.
- Närmat utgör en del av en högklassig turismprodukt, erbjuder mervärde och lönsamhet för aktörerna inom livsmedels- och turismsektorn i landskapen och ökar Finlands attraktivitet som resmål.

- Produktionen av närmät är ett viktigt led i arbetet med att säkra den nationella självförsörjningen och försörjningssäkerheten.

De viktigaste administrativa åtgärderna

- Mångsidiga finansieringsinstrument tas fram för närvarssektorn i synnerhet för produktutveckling, främjande av samarbete, byggande av marknadsföringskanaler och logistiska lösningar, höjande av kompetensnivån samt för den allmänna utvecklingen av närvarssektorn.
- De jordbrukspolitiska processerna identifierar möjligheterna till produktion, förädling och lansering av produkter från primärproduktionen, korta distributionskedjor och investeringar som stödjer dessa genom stödsystem.
- Matturism och högklassig mat som en del av servicekedjan inom turismen utvecklas systematiskt i riktning med matturismstrategin. Förstklassig mat betraktas som en del av turismen i Finlands turismstrategi.
- Arbetet med att främja producentorganisationer främjas.

Mål 2. Förbättra möjligheterna till småskalig livsmedelsförädling och försäljning genom lagstiftning, rådgivning och forskning

En metod för hantering av marknadsföringskanalerna för primärproduktionsprodukter och ökad lönsamhet för primärproduktionen är vidareförädling och försäljning av egna produkter på den egna gården. I början av 2012 ändrades livsmedelslagstiftningen så att direktförsäljning och leveranser till lokal försäljning, inklusive detaljhandeln, har underlättats. För närvarande bedriver cirka 3 300 gårdar direktförsäljning, och antalet förväntas öka²⁶. Främjandet av de korta distributionskanalerna ska ses som ett led i en helhetsinriktad utveckling av jordbruket.

Utvecklingen av närvarssektorn går hand i hand med inte bara tillgången till förstklassiga råvaror utan också med verksamhetsförutsättningarna för de företag som vidareförädlar produkter för olika kundgruppers behov. En av de viktigaste verksamhetsförutsättningarna är en rättvis och fungerande lagstiftning. Utredningar visar²⁷ att företagarna innan närvarsprogrammet lanserades upplevde att lagstiftningen om branschen var utmanande och endast kunde tolkas snävt samt att den behandlade aktörerna ojämnt. I

26 Maatilojen kehitysnäkömät 2027, TNS Kantar 2020

27 bl.a. Rahkio, Marjatta 2012. Elintarvikealan pk-yritysten neuvontaa ja koulutusta koskeva selvitys. Kauriinoja, Heli 2012. Paikallisesti toimivien elintarvikealan pk-yritysten kasvun edellytykset ja esteet. Seminarsammandrag. Helsingfors universitet.

genomförandet av regeringsprogrammet för statsminister Sipiläs regering utreddes bland annat vilka byråkratiska problem företagen i livsmedelsbranschen hade, och åtskilliga ändringar gjordes i lagstiftningen; särskild vikt fästes även vid rådgivningen och handledningen av företagare²⁸. Även framöver gäller det att syna lagstiftningen om livsmedelsföretag och dess ändamålsenlighet.

Dryckeskulturen utgör en del av matkulturen och i Finland har öl och hembryggt öl traditionellt stått på matborden. Ölet har upplevt en ny värdestegring särskilt i och med den ökade närmatstrenden, och det finns ett stort antal små bryggerier som med sina hantverkaröl och specialöl kompletterar de stora bryggeriernas sortiment. Under de senaste åren har även gårdsviner och -likörer samt starka alkoholdrycker, i synnerhet gin, bidragit till dryckessortimentet. Framställningen av dem har även gjort företagsverksamheten på landsbygden mångsidigare. I utvecklingen av alkoholpolitiken gäller det att överväga olika metoder för att stöda och vidareutveckla småbryggeri- och gårdsvinssektorn samt att stärka deras verksamhetsmöjligheter bland annat genom utvidgade utförsäljningsrättigheter.

Evira (nuförtiden Livsmedelsverket) inledde år 2016 ett omfattande rådgivningsprojekt som riktade sig till små och medelstora företag inom livsmedelsbranschen och som i synnerhet gällde livsmedelslagstiftningen. Rådgivningsprojektets verksamhet håller på att etableras som en del av Livsmedelsverkets normala verksamhet²⁹. Företagen behöver alltså jämt mera rådgivning om livsmedelslagstiftningen, och sådan rådgivning som skräddarsys enligt deras behov. Rådgivningstjänsterna borde också innehålla en introduktion i lagstiftningens krav på att spåra produkter och råvaror samt i frågor som gäller förpackningsmaterial och -märkningar samt närings- och hälsopåståenden.

Företagen behöver utöver rådgivning om lagstiftningen även rådgivning och stöd för professionell utveckling av särskilt affärskompetensen. De behöver inte bara traditionellt starkt kunnande inom råvaror utan också information om marknadsutsikter, marknadsförings- och kommunikationskompetens (inkl. lösningar i sociala medier), färdigheter för att möta konsumenten, produktutvecklingshjälp samt information om förpacknings- och logistiklösningar som håller på att utvecklas. Närmatsföretagens beredskapsnivå och riskhantering måste förbättras, liksom även deras sätt att ge akt på miljöfrågor. Informationen om utvecklingstjänster och företagsstöd som finns till buds måste alltså effektiviseras. När det gäller att höja företagarnas kompetensnivå är det allt viktigare att utbyta erfarenheter och goda handlingsätt och lära sig av andra företagare och av mentorer i

28 <https://mmm.fi/norminpurku>

29 <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/uuuisset/elintarvikealan-karkihankkeessa-neuvottu-jo-satoja-yrityksia/>

olika nätverk. I utvecklingen av gårdarnas affärsverksamhetskompetens är det viktigt att utnyttja den expertis som finns i kompetensnätverket Agri Hubi, som inleds år 2021.

Den snabba globala utvecklingen av nya tekniker och digitaliseringen utmanar också Finland att se över sitt matsystem. Olika innovationer möjliggör nya sätt att producera, skaffa och tillreda mat, och mat som produceras genom moderna tekniska lösningar kommer i allt högre grad att utgöra en del av vårt godtagbara matutbud. Data blir en allt viktigare del av matsystemet, och dataekonomins möjligheter måste kunna utnyttjas fullt ut. Närmatsföretagen ska ha tillgång till högklassig utbildning och rådgivning även kring dessa teman. Målet att bygga ut nätverket av snabba bredbandsförbindelser så att det omfattar hela landet främjar också närmatsföretagarnas verksamhet.

Politiken, beslutsfattandet, planeringen av åtgärder, utvecklingsarbetet i praktiken och bland annat medborgardiskussionen kräver aktuella forskningsdata. Det har gjorts många undersökningar och utredningar om närmät och det finns en stor internationell kunskapsbas om ämnet. Undersökningarna i Finland har hittills fokuserat bland annat på att definiera begreppet närmät, analysera olika handlingsmodeller, kartlägga användningsgraden, köpviljan och utbudspotentialen samt analysera de regionalekonomiska effekterna av användningen av närmät. Vi saknar dock ännu tillräckliga forskningsdata om närmät. Vi behöver speciellt information om närmätens olika effekter och framtidsutsikter som grund för investeringar i lönsam företagsverksamhet. Företagarna behöver information om olika distributions- och marknadsföringsmodellers lönsamhet, hur väl olika samarbetsmodeller mellan producenter och konsumenter fungerar och om kommande globala megatrender. Dessutom behöver de också få veta om de tysta signalerna om närmätens framtidsutsikter. Forskningen kring mat, inklusive närmät, behöver stärkas med tillräckliga finansieringsresurser och med de medel som forskningsinstitutens resultatstyrning har att erbjuda. Vidare behöver forskningen i Finland bilda nätverk med andra internationella forskningsprogram och nätverk, inkl. EU:s ramprogram och det nordiska forskningssamarbetet.

Målbild 2025

- Kompetensnivån har stigit på alla nivåer av närmatskedjan, och det finns ett stort utbud av experttjänster.
- Företagarnas affärskunnande har stärkts och de tror på framtiden och investerar i kapacitet för vidareförädling och söker aktivt efter nya lösningar.
- All lagstiftning som gäller företagen är entydig och stöder en helhetsinriktad utveckling av företagsverksamheten

De viktigaste administrativa åtgärderna

- Arbetet med att göra regleringen och övervakningen av livsmedelsbranschen smidigare fortsätter, och den flexibilitet i fråga om lokal produktion som EU tillåter börjar utnyttjas fullt ut.
- Utbildning och rådgivning om livsmedelslagstiftningen fortsätter att erbjudas.
- Närmatsföretagen ska erbjudas mer utbildning och rådgivning i synnerhet om affärsverksamhet, marknadsföring och kommunikation, digitalisering och dataekonomi.
- Närmatsföretagens krisberedskap och riskhanteringsberedskap förbättras.
- Statistikföringen av och forskningen kring närmät utvecklas särskilt när det gäller försäljningskanaler och försäljningsmängder, användning av närmät och framtidspotential samt närmatens olika verkningar.

Mål 3. Öka närmatens andel av den offentliga upphandlingen genom att förbättra upphandlingskompetensen och höja kvalitetskriterierna och upphandlingskraven

Den offentliga sektorn (staten, kommunerna, försvarsmakten, samkommunerna) använder årligen omkring 350 miljoner euro för att köpa mat och råvaror³⁰. Intresset för närmät har ökat inom den offentliga sektorn, men upphandlingslagstiftningen som styr den offentliga upphandlingen upplevs ofta som en begränsande faktor. Redan i sin nuvarande form gör upphandlingslagen det dock möjligt att använda närmät i offentliga storkök som ett led i beaktandet av kvalitet, ansvar och miljöverkningarna av upphandling av mat. Vidare kan man genom upphandlingar av närmät främja det mål som anges i den nationella upphandlingsstrategin, nämligen att göra de offentliga upphandlingarna attraktiva för olika tillhandahållare, genom att dela in upphandlingarna i ändamålsenliga helheter, varvid även små och medelstora företag har möjlighet att delta i dem. Hinder för främjandet av matval som ökar mängden närmät är bl.a. bristen på strategiska beslut, anvisningar om upphandling, upphandlingskompetens och -utbildning, valkriterier som fokuserar på priset, alltför små leveransvolymerna i förhållande till de växande upphandlingsenheternas och produktionskökens behov samt bristen på produkter som lämpar sig för användning i storkök och företagens okunnighet om upphandlingsprocessen. Recepten och menyplaneringen tar inte närmaten och tillgången på närmät tillräckligt väl i beaktande. Det hårda ekonomiska läget kan leda till att kommunerna via anbudsförfaranden vill hitta de för-
månligaste livsmedlen på bekostnad av lokala produkter och även kvalitet. De glömmar

30 https://mmm.fi/artikkeli/-/asset_publisher/periaatepaatos-julkisten-elintarvike-ja-ruokapalveluhankintojen-vastuullisuudesta-hyvaksyttiin#9681e076

då den positiva effekt som de lokala producenterna och upphandlingen av närmat har på kommunens och regionens ekonomi.

Närmatens andel av den offentliga livsmedelsupphandlingen behöver ökas. Såväl de politiska beslutsfattarna, de som sköter upphandlingen som producenterna och de övriga företagarna i regionen måste ha tillgång till utbildning om upphandlingsprocesserna och information om de produkter som finns tillgängliga i regionen. Aktörerna bör uppmuntras till att föra en marknadsdialog och kartlägga marknaden. Det är nödvändigt att utveckla kvalitetskriterierna och relaterade verktyg, såsom modelldokument, så att de möjliggör upphandling av närmat genom att utöver näringsmässig kvalitet också beakta speciellt aspekter som hänför sig till kvalitet, ansvarsfulla produktionssätt, färskhet, säsongprodukter, hållbar konsumtion och miljövänlighet. Inhemsk fisk är ett bra exempel på närmat vars upphandling kan främjas utifrån kvalitetsmässiga valkriterier. Ett kriterium som tillämpas är till exempel fiskens färskhet som kan verifieras utifrån fångstdagen eller dagen då odlad fisk har tagits upp. I syfte att främja användningen av närmat inom offentliga mattjänster gäller det att ännu mer försöka beakta säsongvariationerna. Säsongenliga produkter ska synas tydligare i storkökens menyplanering. Andra metoder att uppnå målet kan vara att engagera det offentliga kökets kunder, synliggöra samarbetet med företagarna och producenterna i regionen, skapa närmatsmenyer, ordna närmatsdagar och -veckor, lyfta fram lokala produkter på menyerna samt ordna utbildning som strävar efter att ändra attityderna. Vidare behövs nyare upphandlingsmetoder, såsom innovativt upphandlingssamarbete och kurser om dynamisk upphandling för mattjänster och upphandlingsexperter i syfte att utveckla nya kanaler för upphandling av närmat.

Målbild 2025

- Tillgången till närmat har blivit bättre och närmaten utgör en naturlig del av de offentliga mattjänsterna. Närmaten har beaktats i kommunernas upphandlingsstrategier och avtal om mattjänster, och den används och uppskattas i alla kommuner i Finland.
- Kriterierna i anbudstävlingar beaktar förutom näringsmässiga egenskaper och övrig kvalitet även miljön och en hållbar konsumtion, säsongprodukter och färskhet.
- I upphandlingen av närmat har nya upphandlingsmetoder tagits i bruk i omfattande skala, bl.a. ett dynamiskt upphandlingssystem och innovativt upphandlingssamarbete. Upphandlingarna delas in i ändamålsenliga helheter, vilket också gör det möjligt för mindre företag att delta. Mattjänsternas och upphandlingsexperternas marknadskännedom har förbättrats, och man för en aktiv dialog på marknaden för att utveckla upphandlingarna.

De viktigaste administrativa åtgärderna

- Åtgärder som ökar upphandlingskompetensen och upphandlingspraxis ska finansieras och genomföras.
- De som deltar i upphandlingsprocesserna ska erbjudas anvisningar och rådgivning. Vidare ska sådana verktyg, kriterier, upphandlingskrav och anvisningar som möjliggör hållbar upphandling utvecklas.
- Kommuner och landskap ska uppmuntras till att öka andelen närmat i sina upphandlingar och kommuner ska få hjälp med att ta beslut om att främja användningen av närmat. Besluten tas med i strategierna för kommunen och den matservice som producerar tjänster åt kommunen.
- Närmat ska främjas på landskaps- och kommunnivå bl.a. genom att öka samarbetet och marknadsdialogen mellan producenterna och upphandlarna och genom att sprida bästa praxis.

Mål 4. Intensifiera samarbetet mellan dem som arbetar inom när matssektorn

När matsutredningen fäste uppmärksamhet vid hur sporadiskt arbetet för att utveckla när matsbranschen är. Projekten genomförs på företags-, företagsgrupps-, lokal- och regionnivå samt på riksnivå och på det internationella planet av flera olika finansiärer. I regionerna är det möjligt att föra samman utvecklingsarbetet till bättre fungerande helheter, om aktörerna och finansiärerna öppet förbereder utvecklingsåtgärderna tillsammans och de olika parterna har roller med klara ansvarsområden. I utvärderingen av när matsprogrammet efterlystes också en bättre kontakt mellan läroinrättningarna och företagen i regionen: de organisationer som erbjuder utbildning borde engageras mer i utvecklingen av när matssektorn. På regionnivå bör man skapa starka paraplyprojekt som bygger på regionala utgångspunkter, främjar den allmänna utvecklingen av branschen och siktar på systematisk utveckling av företagsverksamheten. Redan i planeringsskedet ska behoven hos aktörerna inom utveckling av kompetensen i regionen samt inom produktutveckling och när matskedjorna utredas. Projekten ska även kunna sammanföra hela kedjan och dess aktörer (produkt-producent-förädlare-slutanvändare och hantering av material-, penning- och dataflöden i kedjans olika faser). Det behövs också landsomfattande koordination för att man ska kunna stödja och effektivisera utvecklingsarbetet i regionerna.

På riksnivå ligger utmaningen i förvaltningen, som är indelad i sektorer där olika ministerier planerar åtgärder och allokerar forsknings- och utvecklingsmedel från sina egna utgångspunkter. Det är nödvändigt att från sektorindelningen gå över till en äkta livsmedelspolitik med en övergripande syn på mat där åtgärder planeras mer koordinerat mellan de olika förvaltningssektorerna. Utvecklingsarbetet inom branschen på regional och nationell nivå ska kopplas allt närmare samman med internationella nätverk, bland annat det nordiska samarbetet och Östersjösamarbetet.

Målbild 2025

- De nationella riktlinjerna visar riktningen för närmatskedjan och tryggar tillväxten.
- Utvecklingsarbetet är effektivt och görs i genuint samarbete med de olika aktörerna i närmatskedjan.

De viktigaste administrativa åtgärderna

- Samarbetet mellan de förvaltningsområden som hänför sig till utvecklingen av närmarkssektorn ska utökas.
- Utveckling av livsmedelsbranschen och närmat tas upp i landskapens utvecklingsstrategier och -program och i NTM-centralernas regionala utvecklingsplaner.
- Regionerna har personer som ansvarar för verksamheten för utveckling av närmat och som ökar samarbetet mellan regionerna och samarbetet på nationell nivå.
- Under finansieringsperioden 2021–2027 inleds med regional utvecklingsfinansiering för varje region, som ungefär motsvarar ett landskap, fleråriga koordineringsprojekt som koncentrerar sig på utveckling av livsmedelsbranschen och närmat och som sammanför aktörerna och projekten i området och länkar dem samman med andra motsvarande koordinationsprojekt i regionen och deltar i utvecklingsåtgärder på riksnivå. Under den nya finansieringsperioden fortsätter man att genomföra nationella koordinationsåtgärder som stöder den regionala utvecklingsverksamheten.

Mål 5. Höja uppskattningen av maten och aktörerna inom matkedjan och öka deras synlighet

Efterfrågan på inhemsk mat och närmat påverkas i synnerhet av hur högt maten uppskattas. Uppskattningen av inhemsk mat har ökat under hela 2000-talet, och till exempel undersökningen Finland äter, som färdigställdes år 2020, visar att nästan fyra av fem finländare anser att det är viktigt att äta inhemsk mat (80 %, jfr 2018: 78 %, 2016: 73 %), och mer än hälften av finländarna (61 %, jfr 2018: 54 %) är intresserade av närmat. Kampanjen Bra mat växer nära, som genomfördes i samarbete mellan jord- och skogsbruksministeriet, MTK ry och SLC rf åren 2018–2019, bekräftade att konsumenterna är mycket intresserade av matens ursprung. Det bevisade hur man genom en kampanj kan öka

konsumenternas medvetenhet om matens ursprung och även påverka deras köpbeteende³¹. Kampanjer som lyfter fram producenterna och närmatsföretagen kommer att behövas även i fortsättningen, och de bör föras av såväl företagen själva som utvecklingsorganisationerna, handeln och food service-sektorn. Det är viktigt att producenterna och närmatsföretagarna själva aktivt informerar om sin verksamhet på olika sätt, så att konsumenterna blir upplysta om matens ursprung. Här spelar de sociala medierna en nyckelroll. Flera företag saknar dock fortfarande de kunskaper och färdigheter som krävs för sådant kommunikationsarbete.

Grunden till uppskattning av mat byggs upp redan i barndomen, och genom mat- och näringsfostran kan man skapa ett livslångt intresse för och en fördomsfri inställning till mat samt höja uppskattningen av mat och dem som tillverkar mat. Mat- och näringsfostran ska bli en naturlig del av olika inlärningsmål såväl inom småbarnspedagogiken som i vårt skolsystem. Detta arbete ska fortsätta inom yrkesutbildningen på andra stadiet och i högskolorna. Fler trädgårdar och trädgårdsland bör anläggas i anslutning till skolor, och samarbetet mellan skolor och gårdar bör utökas.

Finland har långa traditioner inom föreningsverksamhet och ett starkt frivilligorganisationsfält. Många organisationer erbjuder redan systematisk rådgivnings- och klubbverksamhet kring mat, matkultur, matlagningskunskaper och entreprenörskap inom branschen, vilket gör det möjligt att öka kännedomen om närmat bland konsumenterna. Det är viktigt att organisationernas verksamhetsförutsättningar tryggas även i framtiden.

En ökad uppskattning av maten bidrar till att den inhemska livsmedelsproduktionen kan bevaras, vilket är av betydelse såväl för tillgången till kvalitativa råvaror som för hela samhället med tanke på den sysselsättningseffekt och de skatteinkomster som den ger upphov till. Arbetsplatserna inom branschen upplevs dock inte som särskilt lockande, och därför behövs kampanjer om yrkena inom naturbruket och livsmedelsbranschen även i fortsättningen.

Uppskattningen av maten stärks av att konsumenterna känner till matens ursprung, men också av viljan att delta i produktionen av matråvaror. Finländarna blir till exempel allt mer intresserade av trädgårdsodling, i synnerhet odling av nyttoväxter³². Undersökningar visar att självhushållsjordbruk kan bidra till att FN:s mål för hållbar utveckling uppfylls särskilt när det gäller livsmedelstrygghet, miljö och hälsa³³. Självhushållsjordbruk och insamling

31 Undersökningen Finland äter/Taloustutkimus och kampanjen Bra mat växer nära https://valtioneuvosto.fi/-/1410837/ruuan-alkuperaa-korostanut-kampanja-lisasi-kotimaisen-ruuan-arvostusta?languageld=sv_SE

32 mm <https://www.puutarhaliitto.fi/kolmannekselle-puutarhanhoito-tarkea-harrastus/> ja <https://www.iltalehti.fi/asumisartikkelit/a/201804122200873306>

33 se t.ex. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11625-020-00792-z>

av naturprodukter ingår i ett hållbart lokalt matsystem, och det finns starka traditioner för detta i Finland. Självhushållsjordbruk kan också fungera som grund för småskaligt entreprenörskap inom närsmatssektorn. Följaktligen är det viktigt att i fortsättningen fästa mer vikt vid att stödja och erbjuda utbildning i självhushållsjordbruk. Inom planläggningen och övrig planering av markanvändningen finns det skäl att även beakta medborgarnas intresse för närmat och småskalig odling av närmat. Bland annat tillräckligt stora tomter, jordlotsodling, grönsaksland i skolorna, grön- och växthus samt möjlighet till takodlingar, gemensamma grönsaksland och odlingsområden, gemensamma lager och försäljningsställen är metoder som kan användas för att främja invånarnas odlingar på eget initiativ.

Målbild 2025

- Uppskattningen av närmat och dess tillverkare ökar bland konsumenterna.
- Mat- och näringsfostran genom hela småbarnspedagogiken och skolsystemet ger barnen en grund för matval som följer med hela livet.

Bild: Jaakko Martikainen



De viktigaste administrativa åtgärderna

- Kampanjer och annan typ av kommunikation som lyfter fram närmät och dess tillverkare ska genomföras.
- Människornas vardagsfärdigheter i hushållsfrågor och självhushållsjordbruk förbättras bland annat med hjälp av rådgivningsorganisationer såsom till exempel Lantbruks- och hushållskvinnorna, Finlands 4H-förbund och Marthorna.
- Matfostran främjas genom att mat- och näringsaspekten inkluderas i småbarnspedagogiken, de olika läroämnena i grundskolan och gymnasiet, lärarutbildningarna och yrkesutbildningen på andra stadiet. Tillgängliga resurser riktas till undervisningen i huslig ekonomi.

9 Finansiering av programmet

De åtgärder som föreslås i programmet genomförs som en del av de behöriga ministeriernas och statens central-, region- och lokalförvaltnings verksamhet. Programmet finansieras inom ramarna för statsfinansernas rambeslut och anslagen enligt statsbudgeterna, och ärenden som gäller finansieringen av programmet behandlas och beslutas i statsfinansernas rambesluts- och budgetprocesser. I dimensioneringen av finansieringen beaktas det totalekonomiska läget och hur det påverkar de utvecklingsåtgärder som föreslås i åtgärdsprogrammet. Ett särskilt mål för programmet är att uppnå synergifördelar genom ett övergripande genomförande av åtgärder, projekt och motsvarande i anknytning till programmet och resursbesparingar i förvaltningen. Praktiska åtgärder, projekt och motsvarande som hänför sig till genomförande av programmet ska vara motiverade även med tanke på helhetsanvändningen av resurserna och besparingar i förvaltningen.

I syfte att uppnå målen i programmet genomförs åtgärder i första hand med hjälp av de medel för utveckling av livsmedelskedjan och forskningsanslag som står till jord- och skogsbruksministeriets förfogande, medel från landsbygdsprogrammet och åtgärdsprogrammet för fiskerinäringen samt strukturfondsprogrammen och de genomförande parternas egna resurser.

10 Uppföljning av programmet och indikatorer

Genomförandet av programmet och dess effekter följs upp under och efter programperioden. Resultatindikatorer för programmet är bland annat utvecklingen av antalet mikro- och småföretag inom livsmedelsbranschen, utvecklingen av förädlingsvärdet hos mikro- och småföretagens produktion i livsmedelsbranschen samt uppskattningen av närproducerad mat. Därtill följer man upp hur andelen närmät i de offentliga storkökens livsmedelsupphandling utvecklas. Som insatsindikatorer följer man upp i hur hög grad utvecklingsåtgärder och investeringar i fråga om närmät finansieras med offentliga medel. Informationen samlas in utifrån företagsstatistik och finansieringsuppgifter samt genom olika utredningar.

Bild: Julia Kivelä



11 Bedömning av programmets jämställdhets- och miljökonsekvenser

Utgångspunkten i programmet är könsneutral. Åtgärderna gäller ökad kompetens, stärkare entreprenörskap och nya arbetstillfällen, och de riktas till personer. Följaktligen har de positiva verkningar för alla, oberoende av kön. Livsmedelssektorn erbjuder många tillfällen till deltidsarbete för unga. Via programmet är det således möjligt att indirekt främja ungdomars arbetserfarenhet och sysselsättning.

Miljökonsekvenserna har diskuterats under hela beredningsfasen av programmet. Vilka miljökonsekvenser närmaten får beror bland annat på vilka produktionsmetoder som använts i jordbruket, produktförädlings-, förpacknings- och transportprocesserna, hur konsumenten har köpt produkten samt hur den har transporterats, tillretts och eventuellt slängts bort. Vid användningen av närmät påverkar miljökonsekvenserna den egna omgivningen, och det är möjligt att vid behov ingripa snabbt i dem när man är förtrogen med närmatens produktionskedja. Via programmet uppnås positiva miljöeffekter när de regionala livsmedelssystemen och logistiken för små partier utvecklas. När uppskattningen av maten öka, är det möjligt att minska på matsvinnet vilket också har positiva miljöeffekter. Närmatsprogrammet verkställs huvudsakligen med hjälp av regional EU-medfinansiering. En separat miljökonsekvensbedömning har utarbetats om landsbygdsprogrammet, och dessutom följs EU-medfinansierade åtgärder upp med hjälp av olika indikatorer och utredningar.

Programmet och åtgärdsförslagen har även analyserats med hjälp av en kontrollista för bedömning av konsekvenserna för landsbygden. Programmet kan konstateras ha direkta positiva effekter på näringarna, entreprenörskapet, arbetslivet och kompetensen på landsbygden och åtminstone indirekta effekter på landsbygdens attraktionsfaktorer och styrkor. Via programmet är det möjligt att påverka i synnerhet det sociala kapitalet och den sociala gemenskapen samt i viss grad även tillgången till tjänster.

12 Organisering av programmet

Det ansvariga ministeriet för utvecklingsprogrammet för närmat är jord- och skogsbruksministeriet. Samordningen av regionala och landsomfattande åtgärder görs i samarbete med nationella och regionala finansiärer och de aktörer som genomför regionala närmatprojekt.



13 Information om programmet

Närmatsprogrammet, verktyg som finansierats med medel ur programmet och andra när-matsrelaterade dokument har samlats ihop och lagts ut på jord- och skogsbruksministeriets webbplats på adressen www.mmm.fi/lahiruoka. Närmatsprogrammets facebooksidor³⁴ och Närmatsprogrammets blogg³⁵ utgör en viktig kommunikationskanal för programmet. Jord- och skogsbruksministeriet informerar också aktivt om när-matsfrågor via sina andra kommunikationskanaler. Artiklar om när-matsprogrammet skrivs för olika samarbetspartners publikationer, och programmet presenteras i samband med olika evenemang som ordnas av såväl jord- och skogsbruksministeriet som andra aktörer. En viktig del av kommunikationen utgörs av olika när-matsrelaterade nätverk och den nationella webbplatsen aitojamakuja.fi, som fokuserar på information om närmat.

En central del av kommunikationen om närmat när det gäller nyheter om programmet och hela sektorn är när-matsaktörernas egen kommunikation.

34 <https://www.facebook.com/Lahiruokaohjelma/>

35 <http://lahiruokaohjelma.blogspot.com/>

14 Programmet som en del av övriga åtgärder och policyn inom förvaltningsområdena

I beredningen och uppdateringen av programmet utnyttjades och beaktades i den mån det var möjligt andra aktuella strategier, program och rapporter som är av betydelse för närhetssektorn.

I statsrådets redogörelse om livsmedelspolitik (2017) nämns att redogörelsen inte ersätter de befintliga programmen för närmat och ekologisk mat. I redogörelsen inkluderades ändå centrala mål som gäller dessa program. Närmat och korta distributionskedjor är en del av EU:s gällande landsbygdspolitik, och främjandet av dessa ingår i Finlands landsbygdsprogram³⁶. Matproduktion, inkl. närmat, betraktas också som en viktig källa till en livskraftig landsbygd i den CAP-plan som nu håller på att beredas inför programperioden 2021–2027. I strategin Från jord till bord (Farm to Fork), som EU-kommissionen godkände våren 2020,³⁷ betraktas regionala och lokala matsystem som en del av ett mer hållbart matsystem. Statens näringsdelegation nämner närmat i näringsrekommendationerna från år 2014³⁸. Närhetsprogrammet bidrar till att främja de mål som satts upp i det strategiska programmet för främjande av cirkulär ekonomi³⁹ och i det program för klimatvänlig mat⁴⁰ och program för främjande av inhemsk fisk⁴¹ som för tillfället bereds.

36 <https://mmm.fi/sv/landsbygd/landsbygdsprogram>

37 https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf

38 https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/teemat/terveytta-edistava-ruokavalio/kuluttaja-ja-ammattilaismaateriaali/julkaisut/ravitsemussuositukset_2014_fi_web_versio_5.pdf

39 <https://ym.fi/sv/programmet-for-framjande-av-cirkular-ekonomi>

40 <https://mmm.fi/sv/programmet-for-klimatvanlig-mat>

41 <https://mmm.fi/-/kotimaisen-kalan-edistamisohjelma-lausunnoille-tavoitteena-kaksinkertaistaa-kotimaisen-kalan-kaytto>

15 Uppdateringen av programmet

En extern halvtidsöversyn av programmet gjordes år 2015, och då granskades särskilt verkställandet av programmet. I en extern utvärdering som gjordes år 2018 granskades förutom verkställandet framför allt programmets mål och uppdateringsbehov. Material för utvärderingen samlades in bland annat genom en enkät bland aktörerna inom närmatsektorn, tematiska intervjuer och en workshop.

Eftersom utvärderingen inte krävde stora ändringar i programmet har uppdateringen gjorts som ett tjänsteuppdrag vid jord- och skogsbruksministeriet, i samband med vilket de rekommendationer som lades fram i utvärderingen inkluderades i programmet. Utgående från utvärderingen ändrades inte definitionen av närmat. Utkastet till det uppdaterade programmet fanns till allmänt påseende för kommentarer vid jord- och skogsbruksministeriet. Aktörer inom närmatsektorn har också direkt ombetts kommentera de uppdaterade texterna. Det uppdaterade programmet behandlades i jord- och skogsbruksministeriets ledningsgrupp samt i livsmedelsavdelningens ledningsgrupp. Kommentarer om programutkastet begärdes också av centrala intressentgrupper under december 2020 och januari 2021, och kommentarerna har i tillämpliga delar inkluderats i uppdateringen. Beredningsprocessen bakom det program som godkändes år 2013 har beskrivits i bilaga 1.



Bild: Jord- och skogsbruksministeriet

Bilaga 1: Beredningsprocessen bakom det program som godkändes år 2013

Enligt jord- och skogsbruksministeriets riktlinjer ska utvecklingen av närmats- och ekosektorn, som ingår i regeringsprogrammet, få egna program. Dessa ska dock styras och samordnas av en gemensam styrgrupp. I anslutning till beredningen av programmen beställde jord- och skogsbruksministeriet en utredning över närmatssektorn. I utredningen, som gavs ut i mars 2012, presenteras en beskrivning av nuläget, de största utmaningarna och utvecklingsförslag. I beredningen av utredningen har man analyserat statistik och forskningsresultat, genomfört sakkunnigintervjuer av intressentgrupperna på bred bas och en workshop som samlade nyckelaktörer.

Vidare anställdes vid jord- och skogsbruksministeriet i mars 2012 en visstidsanställd närmatskoordinator som hade i uppgift att sammanställa programmet och förbereda åtgärderna.

På vårvintern 2012 utarbetades en SWOT-analys för närmatsprogrammet och livsmedelsbranschen i anslutning till beredningen av den nya EU-programperioden. I närmatsprogrammet föreslås lösningar på de utmaningar som anges i SWOT-analysen.

Våren 2012 genomfördes en enkät bland regionala utvecklare och finansiärer av livsmedelsbranschen som uppmanades att lämna kommentarer om närmatsutredningen och det kommande programmets åtgärder och mål. Närmatsfrågan har sedan vårvintern 2012 presenterats och behandlats vid ett stort antal möten mellan intressentgrupper (inkl. handelsbranschen, rådgivningssektorn, forskningen och producenterna) och i arbetsgrupper.

I maj 2012 utgavs i enlighet med SMB-lagen (lag om bedömning av miljökonsekvenserna av myndigheters planer och program) jord- och skogsbruksministeriets meddelande, som informerade om att utarbetandet av programmet hade inletts. I maj 2012 inleddes ett diskussionsmöte för allmänheten om programmets innehåll på webbplatsen dinasikt.fi och en friare diskussion i en Facebook-grupp som grundats för programmet.

Närmatsprogrammets mål behandlades och godkändes vid regeringens aftonskola den 9 januari 2013.

Programmets styrgrupp behandlade programmets innehåll och de olika ministeriernas åtgärder. Programutkastet var på remiss 19.2.2013–12.3.2013. Sammanlagt 36 utlåtanden om utkastet mottogs, och de har till tillämpliga delar beaktats i finslipningen av programmet.

Statsrådet behandlade programmet den 16 maj 2013.

Jord- och skogsbruksministeriets publikationer 2021

- 1 Saimaannorppa ja kalastus -työryhmän raportti
- 2 Metsätalouden kannustejärjestelmä 2021 -luvulla työryhmän muistio
- 3 Maaseutupolitiikan neuvoston arviointi 2016–2020
- 4 Maa- ja metsätalousministeriön kirjanpitoyksikön tilinpäätös vuodelta 2020
- 5 Utvärdering av Landsbygdspolitiska rådet 2016–2020
- 7 Kansallisen vesihuoltouudistuksen ohjelma
- 8 Lähiruokaa – totta kai! Lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2025
- 9 Naturligtvis närmat! Närmatsprogrammet och målen för utveckling av närmatssektorn till 2025
- 10 Local food – but of course! The Local Food Programme and local food sector development objectives for 2025

Jord- och skogsbruksministeriet

Regeringsgatan 3 A , Helsingfors
PB 30, 00023 Statsrådet
mmm.fi

ISBN: 978-952-366-199-8

ISSN: 1797-397X PDF